様式第３号（第７条関係）

会　議　録

１　附属機関の会議の名称　水戸市優良観光土産品審査会

２　開催日時　令和７年２月４日（火）午後２時00分から午後３時15分まで

３　開催場所　水戸市役所本庁舎　４階　政策会議室

４　出席した者の氏名
（１）委　員　　林 太一，小圷 明美，海野 勝人，石井 圭，森 智世子，中村 元，河野 誠也，和田 千永子，松橋 裕子，鈴木 吉昭，小林 寛之

（２）執行機関　出沼観光課長，篠原観光課企画物産係長，仲田観光課主幹，島田観光課主事

５　議題及び公開・非公開の別
（１）登録審査（公開）
（２）登録変更審査（公開）
（３）事後検査（公開）
（４）その他（公開）

６　非公開の理由

７　傍聴人の数（公開した場合に限る。）　０人

８　会議資料の名称
審査会資料，座席表及び委員名簿，
水戸市優良観光土産品審査会条例，水戸市優良観光土産品推奨規則

９　発言の内容
別紙　会議録

令和６年度　水戸市優良観光土産品審査会会議録

１　開　会

２　あいさつ

・正副会長の選出
・水戸市優良観光土産品審査会　会長よりあいさつ
・諮問書の交付

３　議　事

（１）登録審査

①新規登録について

執行機関　　＜資料１ページに沿い，新規登録商品について説明＞

――― 新規登録商品について商品の審査 ―――

――― 新規登録商品について全て承認 ―――

②再登録について

執行機関　　＜資料２～３ページに沿い，再登録商品について説明＞

――― 再登録商品について商品の審査 ―――

――― 再登録商品について全て承認 ―――

（２）登録変更審査

執行機関　　昨年に引き続き，エネルギー価格や原材料費の高騰により，幅広い業種で値上げとなっており，優良観光土産品として登録されている 29 社 58 品のうち，11 社 15 品が値上げされていることを確認した。このうち，先程の再登録を承認いただいた５社６品を除く，７社９品については，通常であれば，水戸市優良観光土産品推奨規則に基づく登録変更の申請手続きをしていただき，審査会の意見聴取，変更を可とする決定をした後，変更手数料を納入していただくこととなる。

しかしながら，物価高騰等の外的要因による値上げを余儀なくされているものについては，規則に基づく手続きとしてではなく登録内容を変更し，登録台帳を整理したいと考えている。

なお，すでに事務局において変更後の価格を各事業者に確認済みであることから，規則に基づく変更申請書の提出は求めず，台帳の登録内容を変更することとしたい。

＜資料４～５ページに沿い，登録変更商品について説明＞

――― 登録変更商品について全て承認 ―――

（３）事後検査

執行機関　＜資料６ページに沿い，事後検査について報告＞

３社３品を販売店において購入し，執行機関にて検査を行った結果，いずれも，登録内容，検査内容に問題なかった。

（４）その他

執行機関　＜資料７～８ページに沿い，優良観光土産品の周知について及び土産品に関する新たな取組について説明＞

委員長　現在の制度は，制度自体の知名度が低く，事業者は，推奨マークの表示が商品の売上げにつながるわけではないと感じている。そういった中で，「モンドセレクション」のような権威ある賞を作り上げようという動きが全国的に見られている。水戸市としても，受賞した商品の売上げが増加し，事業者が登録したくなるような制度の検討を進めている。

また，現在は「お土産」というものの概念が変化しており，地元の洋菓子屋さんのお菓子が「お土産」として扱われていたりする。店側としては，お土産として販売しているつもりはなくとも，インターネットなどの口コミで良いレビューが広まると，お土産として扱われることがあり，「大事な人に食べてほしいと感じる地方にあったおいしいもの」がお土産になってきている。そういった中で，お土産の裾野をより広げるため，セレクションタイプの制度を設計している。

現在，他自治体での取組等を研究をしているところなので，地方に行った際に土産品に関する取組等を見つけたら，執行機関に情報を提供していただきたく，またこの場でも何か意見があればいただきたい。

委　員　こういった制度は，ラインの設定が難しいと考えるが，消費者の投票によって決まるのであれば，投票数の多寡でランクを付けてはどうか。

執行機関　ランク付けということではないが，消費者からインターネット投票等で幅広い意見をいただき，上位に来ている商品を絞った上で，専門家から意見をいただきたいと考えている。

委員長　例えば水戸市長賞や水戸市議会議長賞など，公的な方々の賞を設けることで，一種のランク付けになると考える。

委　員　消費者としては，地元のお土産を知ったり買ったりする機会があまりないため，そもそもどのような土産品があるのかＰＲするイベントや機会がないと，消費者は興味を持ちにくいのではないか。投票数を増やすためにも，そういった機会は重要である。

委　員　ＰＲの仕方には工夫が必要である。自分は「〇〇コンクール１位」といった肩書きに惹かれるので，受賞商品を積極的に発信していくことも大切であると考える。

委　員　　ＰＲの際には，インフルエンサーを活用すべきである。ＳＮＳ上での見栄えの良さは，消費者の購買意欲の向上につながると考える。

委　員　　商品の売上増加につながることが第一なので，受賞商品は市のイベント等で販売コーナーを設けるなど，売る機会を作ることが重要だと考える。

委員長　　他自治体の制度等を見ても，「受賞したとしても売る場所がない」ということが課題となっている。また，小さな店だと，売る場所をもらっても販売スタッフを出せないという場合もあり，結局広まらない。そのため，イベント等の際に販売コーナーを作り，納品さえすれば売っていただけるような仕組みがあると良いと考える。

委　員　　本屋では，芥川賞等の受賞作品は，販促物をいただいて特設コーナーを展開することが多い。販売店としては，売る情報を常に求めており，そういった飾り付けができる統一的な販促物を配っていただけると，特設コーナーの展開等で協力ができると考える。

委　員　　温泉地等では，客室のお茶請けにその土地のお菓子が使われていることが多い。茨城県ホテル旅館生活衛生同業組合でも，食品であれば，受賞商品をお茶請けとして活用することは可能であると考える。しかしながら，コストの問題が非常に大きいので，受賞商品に対しては助成を行うなど，施設に安価に卸せる仕組みを作っていただけるとありがたい。

４　閉　会